

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kerja magang dilaksanakan selama 3 bulan di divisi *Account Executive* Melon Branding Agency. Divisi *Account Executive* memiliki tugas dan tanggung jawab untuk menjalin hubungan dan mempertahankan hubungan baik dengan klien (pihak *external communication*), melalui berbagai aktivitas komunikasi, divisi *Account Executive* Melon Branding Agency memiliki tugas untuk memikirkan konten. Maka, kedudukan klien atau *external communication* berada dibawah tanggung jawab Divisi *Account Executive*.

Divisi *Account Executive* dipimpin langsung oleh *Project Manager* Melon Branding Agency. Kedudukan penulis dalam kerja magang di divisi *Account Executive* berada di bawah bimbingan Priscillia Charista, selaku *Project Manager* Melon Branding Agency. Tugas dan tanggung jawab penulis selama kerja magang adalah sebagai penghubung antara klien dengan agensi, menjaga hubungan jangka panjang dengan klien, dan mempresentasikan hasil analisa *social media* kepada klien. Dalam melaksanakan tugas harian, penulis dibantu dan dibimbing oleh Priscillia Charista selaku *Project Manager*.

Selama penulis melaksanakan praktik kerja magang dalam divisi *Account Executive*, penulis berkoordinasi dan bekerja sama dengan bagian dari *design graphic* untuk pembuatan konten–konten, dan juga dengan tim dari *copywritng* untuk membuat *caption* untuk hasil dari konten yang dihasilkan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Divisi *Account Executive*, memiliki peran yang cukup penting di Melon Branding Agency. *Account Executive* harus menjaga relasi dengan klien agar tetap terjalin hubungan yang baik dan juga menawarkan jasa yang ditawarkan oleh Melon Branding Agency kepada calon klien agar terciptanya hubungan kerja yang dapat menguntungkan kedua belah pihak.

Selama masa proses kerja magang di Melon Branding Agency, peran utama penulis adalah sebagai pendukung dari setiap aktivitas *Account Executive* yang dilakukan Melon Branding Agency. Pada awal masa proses kerja magang, penulis diberikan pengenalan mengenai jasa-jasa yang ditawarkan oleh Melon Branding Agency kepada klien nantinya. Kemudian, penulis mendapatkan tugas untuk menyortir data *leads* UMKM yang dimiliki oleh Melon Branding Agency, yang nantinya akan coba dikontak untuk ditawarkan jasa dari Melon Branding Agency. Bentuk dukungan yang penulis lakukan dalam aktivitas sehari-hari antara lain, membantu menganalisis *social media* calon klien yang nantinya akan dipresentasikan kepada calon klien tersebut. Kemudian menganalisis kekurangan dari *social media* internal terkait konsistensi dalam unggahan dan isi konten, dan membantu memikirkan konsep *digital campaign* untuk meningkatkan *brand awareness* Melon Branding Agency kepada *target audience* dari Melon Branding Agency.

Tabel 3.1 Realisasi Aktivitas Kerja Magang Penulis

Minggu Ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Penulis
1	<ul style="list-style-type: none"> • Mempelajari <i>jobdesc Account Executive</i> di Melon Branding Agency • Menyortir data <i>leads</i> calon klien
2	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>media monitoring</i> internal • Mengkontak calon klien dengan data <i>leads</i> yang sudah disortir • Mencari data <i>micro influencer</i> untuk salah satu klien dari Melon Branding Agency
3	<ul style="list-style-type: none"> • Mengontak <i>micro influencer</i> untuk diajak kerjasama yang sudah di data sebelumnya • Menganalisa <i>social media</i> calon klien dan menganalisa kompetitor klien

4	<ul style="list-style-type: none"> • Menganalisis <i>social media</i> perusahaan berbasis PT dan CV • Memberikan pengarahan kepada <i>micro influencer</i> terkait kerjasama yang akan dijalankan
	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat MoU untuk persetujuan kerjasama dengan <i>micro influencer</i>
5	<ul style="list-style-type: none"> • Mengedit salah satu video yang dihasilkan oleh <i>micro influencer</i> yang nantinya akan di tayangkan pada <i>YouTube</i> klien • Membuat rancangan konsep <i>digital campaign</i> guna meningkatkan <i>brand awareness</i> dari Melon Branding Agency • Melakukan <i>brainstorm</i> internal untuk memikirkan konten klien
6	<ul style="list-style-type: none"> • Mengontak <i>influencer</i> baru untuk melakukan <i>endorsement</i> • Melakukan <i>meeting</i> internal untuk membahas <i>digital campaign</i> #MelonSupportUMKM lebih detail lagi
7	<ul style="list-style-type: none"> • Memikirkan konsep dan tema untuk webinar yang akan diadakan nanti pada tanggal 14 November • Diskusi internal mengenai cara mulai <i>sounding digital campaign</i> yang akan Melon adakan
8	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat laporan mingguan • Mencari pembicara untuk webinar yang diadakan tanggal 14 November
9	<ul style="list-style-type: none"> • Menganalisa konten sosial media Kezia Skin Care dan Tamagochick • Membuat <i>pitch hdeck</i> untuk materi <i>pitching</i>
10	<ul style="list-style-type: none"> • Menganalisis sosial media klien dari Melon Branding Agency
11	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>pitching</i> kepada calon klien: Prodia OHI • Membuat MoM dari <i>pitching</i> tersebut
12	<ul style="list-style-type: none"> • Terlibat dalam pembuatan <i>pitch deck</i> untuk <i>brand</i> Jiniso • Terlibat dalam pembuatan <i>pitch deck</i> untuk <i>brand</i> Kalbe Nutrition

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam praktik kerja magang di Melon Branding Agency, kegiatan yang diberikan dan penulis laksanakan diantaranya, mencoba mendekati calon klien untuk menawarkan jasa dari Melon Branding Agency, menghadiri rapat internal untuk membahas konten – konten klien bersama dengan divisi *copywriting*. Dalam struktur organisasi Melon Branding Agency, seorang *Account Executive* juga merangkap menjadi tim *creative* dalam memikirkan konsep – konsep untuk konten *social media* klien.

Menurut Jatinegara (2011, p. 44 – 45) *Account Executive* memiliki tugas untuk bertanggung jawab dalam jalannya produksi dari awal hingga akhir dan menjalani hubungan baik untuk melayani klien secara kekeluargaan. Tugas seorang *Account Executive* Melon Branding Agency adalah menangani klien – klien dan juga bekerja sama dengan tim dari divisi lain guna membangun *brand awareness* klien yang menggunakan jasa Melon Branding Agency.

3.3.1 Pembuatan Konsep Digital Campaign #MelonSupportUMKM

Dalam praktik kerja magang yang dilaksanakan, penulis ditugaskan untuk membuat sebuah konsep *digital campaign* untuk perusahaan Melon Branding Agency. Adapun beberapa kegiatan dalam membuat konsep *digital campaign* yang diberikan kepada penulis, yaitu:

- 1) Mengoordinasikan kegiatan *digital campaign* Melon Branding Agency dalam merancang konsep, menciptakan ide kreatif

Dalam hal ini, penulis bersama dengan tim magang *Account Executive* memikirkan dan merancang sebuah konsep *digital campaign* yang dapat meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap Melon Branding Agency, mencari referensi dari berbagai sumber, untuk menjadi sebuah acuan untuk menemukan *digital campaign* yang cocok untuk Melon Branding Agency.

- 2) Mempresentasikan konsep *digital campaign* Melon Branding Agency yang sudah matang kepada *Project Manager*

Penulis mempresentasikan konsep *digital campaign* yang sudah jadi kepada *Project Manager* agar disetujui, kemudian muncul hasil dari *digital campaign* tersebut yaitu #MelonSupportUMKM.

Digital campaign ini diadakan untuk membangun *awareness* UMKM terhadap Melon Branding Agency, dan juga tentunya Melon Branding Agency membantu UMKM dengan menawarkan jasa yang ada pada Melon Branding Agency secara gratis selama periode 3–6 bulan. Rangkaian *campaign* yang diadakan memiliki puncak yaitu untuk mengadakan sebuah web seminar dengan tema “Cara Meningkatkan *Awareness* Masyarakat Dikala Pandemi”.

Gambar 3.1 Konten *Digital Campaign* Melon Branding Agency



Sumber: Olahan Data Penulis, 2020

3.3.2 Pembuatan Pitch Deck dan Pitching

Salah satu tugas yang diberikan selama praktik kerja magang sebagai *account Executive* di Melon Branding Agency adalah membuat *pitch deck* dan juga mengikuti *pitching*. Proses *pitching* diawali dengan membuat sebuah janji dengan pihak klien yang kemudian akan melakukan sebuah pertemuan secara daring, saat melakukan pertemuan tersebut, penulis dan tim *Account Executive* dari Melon Branding Agency melakukan presentasi kepada calon klien.

Gambar 3.2 Pitch Deck



Sumber: Data Olahan Penulis, 2020

Seperti yang dapat dilihat pada gambar 3.3, merupakan salah satu metode yang digunakan dari Melon Branding Agency dalam menentukan *objective of campaign* dari calon klien yang akan di *pitching*, yaitu:

1. *Influence:*

Mempengaruhi pola pikir target audiens dari calon klien untuk mengetahui produk atau jasa yang ditawarkan calon klien.

2. *Coverage:*

Membuat sebuah *branding* di setiap konten media sosial dan *website* dari perusahaan calon klien.

3. *Engagement:*

Meningkatkan interaksi serta partisipasi antar – audiens pada media sosial dan *website* calon klien.

4. Action:

Audiens diharapkan dapat berpartisipasi dalam aktivitas digital ataupun non-digital yang diadakan oleh calon klien nantinya.

Gambar 3.3 Isi *Pitch Deck*



Sumber: Data Olahan Penulis, 2020

Setelah dilakukannya *pitching* dengan calon klien sesuai dengan *pitch deck* yang sudah disusun, akan adanya presentasi lanjutan untuk membahas mengenai anggaran yang diperlukan untuk menjalankan *campaign* sesuai dengan dengan *objective of campaign* yang sudah disampaikan pada pertemuan sebelumnya.

Selama kerja magang, penulis menghadiri beberapa *pitching*, salah satu perusahaan yang penulis ikuti adalah Prodia OHI, dan selama proses *pitching* tersebut penulis membantu dengan menjadi notulen.

3.3.3 Key Opinion Leader Management

Dilansir dari (Highlight Media, 2020) *key opinion leader* adalah seseorang yang diikuti atau didengar opininya oleh masyarakat. Sedangkan menurut Bruns (2018 dikutip dalam Anjani 2020, p. 208) *key opinion leader* atau *influencer* adalah seorang aktivis, yang memiliki dampak, pikiran yang aktif, dan merupakan *trendsetter* menurut pengikutnya. *Influencer* media sosial dapat

diartikan sebagai individu yang merupakan pemimpin opini di platform media sosial dalam topik topik tertentu.

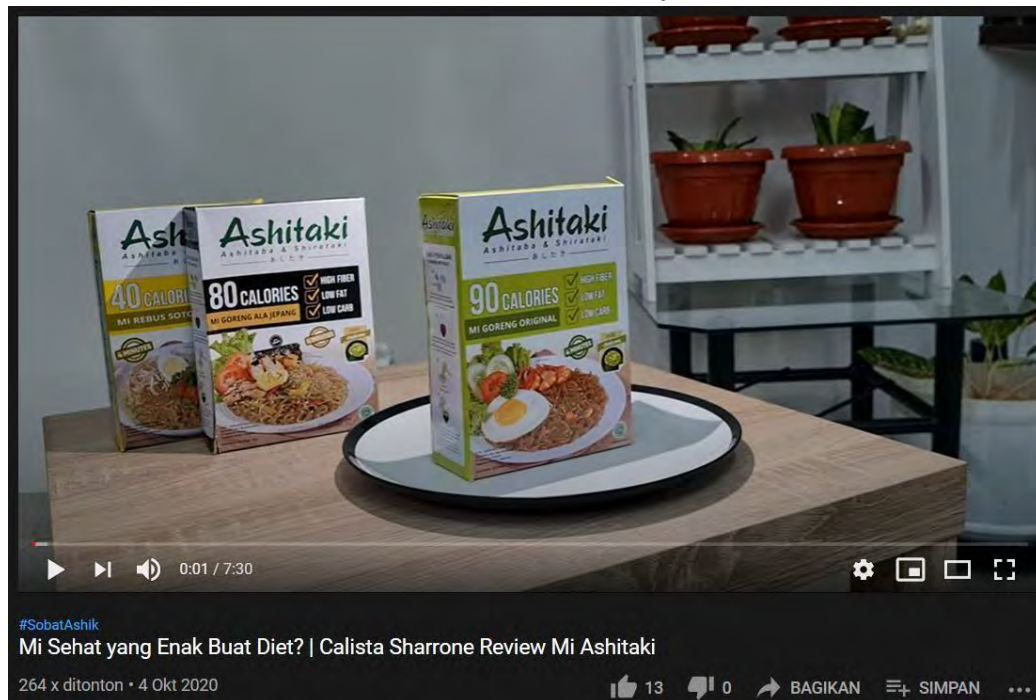
Penulis diberikan tugas untuk menghubungi dan mengajak 5 orang *key opinion leader* untuk diajak berkolaborasi dengan salah satu klien dari Melon Branding Agency, dimulai dengan mendata beberapa nama yang memasuki kualifikasi, kemudian dilanjutkan dengan dipilihnya beberapa nama yang mencapai kualifikasi yang sudah dibuat lebih rinci lagi, setelah mendapatkan 5 nama yang mencakup kualifikasi yang diinginkan oleh klien, penulis mulai menghubungi satu persatu *key opinion leader* untuk diajak bekerjasama dengan mengirimkan proposal pengajuan kerja sama dan juga naskah video yang nantinya akan diunggah kedalam akun media sosial dari klien. Setelah *key opinion leader* setuju dengan segala persyaratan yang diajukan dari klien, penulis membuat nota kesepakatan atau lebih dikenal dengan *Memorandum of Understanding*. *Key opinion leader* diberikan tenggat waktu selama 14 hari untuk menyelesaikan proses syuting dan *editing* yang nantinya akan diberikan kembali kepada penulis, dan nantinya diberikan kepada klien untuk direvisi. Setelah revisi selesai, hasil video diberikan kembali kepada klien untuk diunggah ke salah satu *platform* media sosial klien.

Studi kasus yang ditangani penulis akan dijabarkan dengan menggunakan metode STAR (*Situation, Task, Action, Result*). Dalam tahap *Situation*, Ashitaki yang merupakan salah satu klien yang sempat dipegang oleh penulis, memiliki kendala yaitu kurangnya *engagement* yang ada pada media sosial *youtube* dari Ashitaki. Pada bagian *Task*, penulis diminta untuk membantu membuat 20 daftar nama dari *micro influencer* dengan maksimal pengikut di media sosial sebanyak 10.000 pengikut dengan kualifikasi kriterianya adalah orang yang memiliki pola hidup sehat, seperti rajin berolahraga, dan juga memakan makanan yang sehat. Masuk kedalam tahap *Action*, setelah mendapatkan 20 daftar nama *micro influencer*, daftar nama tersebut diberikan kepada Ashitaki, dan dari pihak Ashitaki memberikan 5 nama dari 20 daftar nama yang sebelumnya sudah didata, dan penulis mulai menghubungi para *micro influencer* tersebut melalui *email*, dalam *email* tersebut tertera penjelasan singkat mengenai konsep video, persyaratan mengenai produksi video, dan juga naskah yang dikirimkan kepada

para *micro influencer*. Setelah semua persetujuan disetujui oleh *micro influencer* dan juga penulis, penulis membuat sebuah surat perjanjian mengenai harga dan segala persyaratan yang diajukan oleh kedua belah pihak, dan surat perjanjian tersebut ditanda tangani oleh *micro influencer* dan juga penulis sebagai perwakilan dari Ashitaki.

Result yang ditunjukkan dari video yang dihasilkan oleh *micro influencer* sempat mengalami kendala yaitu adanya *glitch* dalam salah satu video yang dihasilkan oleh *micro influencer*, dan sempat diminta untuk diperbaiki namun tidak membuahkan hasil yang maksimal, sampai akhirnya ada bagian *scene* video yang harus dipotong agar *glitch* tersebut dapat diatasi, dan salah satu video yang sudah diunggah di akun *youtube* Ashitaki telah ditonton sebanyak 264 kali.

Gambar 3.4 Video *Micro Influencer*



Sumber: Youtube, 2020

3.4 Kendala Yang Dihadapi

Banyak pengalaman yang didapatkan oleh penulis dalam mengikuti praktik magang selama 3 bulan di Melon Branding Agency. Penulis menemukan beberapa kendala yang dihadapi, diantaranya:

1. Kesulitan mencari ide-ide kreatif untuk konten para klien Melon Branding Agency, karena beberapa ide kreatif sudah digunakan dan tidak ingin adanya pengulangan konten yang sama.
2. Selama proses *pitching* dengan calon klien, kurangnya persuasi yang membuat calon klien ingin menggunakan jasa dari Melon Branding Agency, karena template dari *pitch deck* yang monoton.

3.5 Solusi Dari Kendala Yang Dihadapi

Ketika terjadi kendala yang menghambat aktivitas kerja magang, solusi yang penulis lakukan dalam menyikapi kendala tersebut, yaitu:

1. Melakukan *meeting* sekaligus *brainstorming* bersama dengan tim lainnya, seperti tim *copywriting*, *design graphic* dan *account executive*.
2. Merubah cara *pitching* agar lebih menarik, sehingga calon klien pun menjadi lebih tertarik dan berminat dalam menggunakan jasa dari Melon Branding Agency.